

М. А. Мясникова

ФОЛЬКЛОРНО-МИФОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТЕЛЕВИДЕНИЯ

На рубеже XX–XXI вв. стали складываться новые направления исследований телевидения в проблемных полях смежных наук. И это позволило увидеть в знакомых явлениях новые, не проясненные до сих пор черты и причинно-следственные связи. Попытка охарактеризовать в данной статье отношения телевидения с мифологией и фольклором лежит в русле поисков несколько иных подходов к познанию природы электронного чуда XX в.

Начнем с того, что, на наш взгляд, телевидение — это синкрез, т. е. нерасчлененное единство, при котором оно одновременно остается искусством, средством массовой информации и коммуникации, социальным феноменом и мифологической моделью мира. В этом смысле оно находит точки соприкосновения с традиционной культурой, мифологией и фольклором. Способ существования современного телевидения с определенной степенью допущения можно уподобить синкретизму древней культуры с характерной для нее диффузностью, слитностью, нерасчлененностью способов практического и духовного освоения мира. В первобытной культуре художественное производство соседствует с обрядово-магической, практически-познавательной и знаково-коммуникативной деятельностью. Причем художественные образования в древнейшем культурном слое как бы «прирастают» к другим, нехудожественным проявлениям человеческого поведения. «Словесное творчество еще не отделено... от музыкального, эпическое — от лирического, историко-мифологическое — от бытового»¹. Древние танцы связаны с магическими обрядами; песня вплетена в трудовые процессы и в молитвенные заклинания жрецов; изображения животных на скалах оказываются одновременно и письменами. Мифы, эти фантастические повествования о человеке и природе, считались древними людьми описанием реальных событий. По этой причине они и становились фундаментом религиозных представлений и обрядов. «Миф... есть рассказ сакрального порядка, — писал В. Пропп. — В действительность рассказа не только верят, он выражает священную веру народа»². При этом мифы могут принимать форму художественного рассказа. Утверждая, что миф древнее сказки, ученый замечал, что в некоторых случаях они могут даже совпадать по форме, хотя это наблюдение не носит универсального характера. Другой отечественный фольклорист,

МЯСНИКОВА Марина Александровна — кандидат искусствоведения, доцент кафедры телевидения и радиовещания Уральского государственного университета им. А. М. Горького (E-mail: avt89@yandex.ru).

© Мясникова М. А., 2007

Е. Мелетинский, писал, что «мифология... — не “автономная область духа”, а специфическая для родового общества форма выражения идеологического синкретизма»³. Таким образом, религиозное и художественное начала слиты в мифе воедино. Утрачивая религиозное содержание, миф в дальнейшем сохраняет для общества свою художественную ценность, как языческие идолы или христианские иконы. «Миф есть древнейшая поэзия»⁴, — утверждал А. Афанасьев, обращая внимание на то, что «первые молитвы (молить-молыти, молвити) народа были и первыми его песнопениями...»⁵. И первоначальная форма бытия искусства — это форма, переходная от неискусства к искусству. Искусство на ранних этапах развития цивилизации рождается как осмысление и воплощение практической деятельности человека. То же мы видим и в фольклоре, ибо и исторически и структурно он ближе всего к первобытному искусству, хотя, конечно, является плодом длительного исторического развития и живет уже в совсем иной социальной среде. «Фольклор упорно сохранял свойственный первобытному искусству двуплановый синкретизм, тогда как в развитии художественного производства синкретизм этот целеустремленно и решительно преодолевался»⁶, — отмечал авторитетный культуролог М. Каган. «Фольклор является одновременно искусством и неискусством; познавательная, эстетическая и бытовая функции составляют в нем одно неразрывное целое, но это единство заключено в образно-художественную форму»⁷, — утверждал фольклорист В. Гусев.

Очень сходный синкретизм обнаруживает в себе и современное телевидение. В нем не всегда можно вычленить чисто художественные формы, которые не были бы связаны с той или иной идеологией, не были бы погружены в самую обычную, повседневную жизнь, не несли бы в себе, кроме эстетических, и много других функций, в частности, информационные, познавательные, коммуникативные, мифотворческие или адаптивно-моделирующие. Функции СМИ сегодня исключительно разнообразны. «Работники последних могут заниматься пропагандой, агитацией, организацией, консолидацией, “черным” (“серым”, “белым”) “пиаром”, рекреацией, информированием, развлечением, популяризацией, диффамацией, психогигиеной and so on, но и журналистикой в том числе»⁸, — пишет Б. Лозовский.

Все на телевидении подчиняется пульсу жизни. Новости, как верстовые столбы, скрепляют программу. А в них наряду с информацией о реальных природных и социальных катаклизмах коротко сообщается о новых поворотах судьбы вымышленных сериальных персонажей или «звезд» шоу-бизнеса, фигур тоже в определенном смысле «мифологических». Так телевидение факта и вымысла сливаются. И в целом оно творит новую реальность, конструирует особую, мифологическую картину мира. Кстати сказать, сегодня мифологическое сознание как способ освоения и объяснения мира реально куда более распространено в массе населения, чем можно было бы предположить. Это — некие первичные формы коллективного мировоспри-

ятия, изначально существующие в законсервированном виде. Но в определенный момент выступающие как способы концептирования окружающей действительности и человеческой сущности⁹, применяемые к повседневности с целью придания ей не столько архаических, сколько универсальных черт. Даже не занимаясь специально манипулированием сознания, телевидение обязательно содержит чей-то взгляд на вещи, выражает чьи-либо конкретные интересы. Авторским, а вместе с ним и образным началом пронизывается вся структура телевизионной программы и каждая передача в отдельности. Художественные заставки и звуковые сигналы к информационным и публицистическим передачам, большие музыкальные фрагменты, зрелищно выигрышные анимация и иконография, актерская подача текстов и художественная реконструкция реальности на экране, реклама, вызывающая к самым банальным продажам и вместе с тем эстетически оформленная. Вот живой пример. Передача политолога Глеба Павловского, названная «Реальная политика» и посвященная самым злободневным вопросам текущей политической жизни, строится не просто как комментарий автора-ведущего, но и как настоящий кукольный театр. В ней появляются резиновые куклы в образах реальных политиков, как когда-то в забытой программе «Куклы». И смею предположить, что делается это не просто ради развлечения, а исходя из известного принципа синкретизма телевидения, имеющего в своей основе самые глубокие фольклорные и мифологические корни. Сочетание прямо обращенного к публике публицистического текста с образным, пародийным, масочным зрелищем дает большой эффект воздействия. Помогает и смех. К слову сказать, знаменитая пародийная программа «Куклы» вдохновлялась народными традициями русской смеховой культуры¹⁰.

Возможно, что телевидение в дальнейшем двинется в своем развитии, как когда-то первобытное искусство, от синкреза через расчленение к синтезу. Отдельные частицы, оторвавшись, образуют новые единства — синтезы. Явления, долгое время пребывавшие в скрытом, латентном, свернутом, нерасчлененном виде, разделятся на отчетливые составляющие, дадут начало новым, самостоятельным телевизионным формам. Мы наблюдаем, что нечто подобное происходит и с телевидением в целом. Из нерасчлененных эфирных каналов рождаются каналы специализированные. Суточная сетка дробится на блоки. Случайность элементов телепрограммы более или менее упорядочивается. И все же синкрез вряд ли будет преодолен. Основным способом существования телевидения остается программа. В живую, движущуюся телевизионную мозаику входят разноплановые «осколки» новостей, «цветные стеклышки» развлечений, анонсов и рекламы, «самоцветы» аналитики, «драгоценные камни» чисто художественных вкраплений и многое другое. Пусть они и облагорожены образным началом, но все же, согласитесь, весьма разнородны и трудно сопоставимы и друг с другом, и, безусловно, с произведениями традиционных искусств. С последними мы могли бы срав-

нить разве что всю телепрограмму в целом. Однако подобное сопоставление видится нам изначально некорректным. Как спонтанная модель жизни телевидение являет собой нерасчлененный поток разнородных элементов, а не цельную художественную структуру. Поэтому его вряд ли можно уподоблять традиционным искусствам. Прямое сближение телевидения с конкретными видами искусств, давно отделившимися от первобытного художественного варева, представляется нам, таким образом, не совсем продуктивным. А это по-прежнему пытаются делать многие исследователи.

Чаще всего телевидение стыкуют с кино или театром. Однако сравнивать можно, на наш взгляд, лишь условия восприятия этих искусств и способы их общения с аудиторией. Телевидение часто сближают с кино, имея в виду их общую техническую и экранную природу. На самом же деле их сущности во многом противоположны. Признаки телевизионности: серийность, эклектичность, мозаичность, эскизность, прямой контакт со зрителем (глаза в экран), совсем не ощутимы в кино, зато явственно проступают в фольклоре. Прямо противоположны условия восприятия кино и телевидения. Непрерывности и магии просмотра в темноте кинозала противостоит дискретность, отрывочность повседневного, домашнего телесмотрения. Большой экран не равноценен малому, а заданность и цельность киновосприятия — свободе телевыбора. Совместный характер и непосредственная заразительность коллективной эмоции в кинотеатре оппонирует телевизионной интимности и персонифицированности восприятия при массовом способе передачи информации и отклика на нее посредством современной интерактивной связи. Получается, что телевидение не погружает зрителя в иллюзию, как кино, не «изымает» его «из будничной среды, напротив — само стремится туда, <...> вместе с телевидением весь мир врывается в жилище отдельного индивида»¹¹, — как пишет В. Михалкович. Данная черта телефеномена особенно поражает. Андре Мальро размышляет об этом удивительно ярко: «Египтянин времен древнего царства путешествовал со своим миром, как со своим ослом; то же делал христианин XII в.; ныне мы создали тех, вокруг кого обвозят мир»¹². Таким образом, если прежде человек возил с собой свой жизненный опыт по всему свету, то теперь этот опыт является к нему наглядно и зримо через светящийся экран и сходит прямо в дом. И здесь вновь проступает один из древнейших фольклорных мотивов всех культур мира — мотив путешествия. И вспоминается один из самых привлекательных современных телеформатов — начиная от «Клуба кинопутешествий» и заканчивая сегодняшними мини-репортажами со всех концов света. Ведь одно из фундаментальных свойств телевидения — невероятные виртуальные перемещения в пространстве, мгновенная доставка информации отовсюду и повсюду и тем самым реализация еще одной мифологемы — мифологемы «всевидения». В фольклоре это либо «блюдечко с наливным яблочком», либо «волшебное зеркальце», показыва-

ющее сказочным героям события, происходящие на далеком расстоянии. Как мы помним, «теле», значит, «далеко», а телевидение — значит, «дально-видение», «далеко вижу». Телевышка, спутник, запущенный на околоземную орбиту — поистине зримая иллюстрация мифологемы «всевидящего ока». В скольких сказках она отражена в самых разных вариантах. Но смысл тот же: «высоко сижу, далеко гляжу». Причем, неотступно и постоянно.

Телевидение больше тяготеет все-таки к зрелищу театральному, чем «киношному». А у истоков театра стояла, как известно, древнейшая фольклорная форма — народные карнавалы, праздники, действия в честь бога вина и плодородия Диониса. «Основа кинематографического синтеза изобразительная, а телевизионного синтеза — актерская»¹³, — утверждает М. Каган. По большому счету, телевидение — это самое драматичное и остроконфликтное из всех современных СМИ. «Его стихия — это динамика, состязание, игра, парадоксальные, неожиданные сближения и столкновения, азарт, эпатаж, импровизация...»¹⁴. Исследователь В. Прозоров связал каждое из СМИ, обладающее разными коммуникативными готовностями, с тремя антропологическими доминантами, соответствующими классическим родам литературы, определенным еще Аристотелем. Периодическую печать — с эпосом, радио — с лирикой, телевидение — с драмой. Таким образом, и здесь подчеркнута именно действенная, театральная, не изобразительная природа электронного чуда.

И все же, как мы увидим, аналогии с традиционными искусствами объясняют далеко не все в природной сущности телевидения. Проведенный нами анализ подтверждает, что объяснения многим эффектам телевизионного воздействия вернее искать именно в мифологии и фольклоре, которые обладают тем же качеством синкретизма, что и электронное чудо, существуют отчасти в таких крупных, зрелищных формах, как ритуалы, обряды, игры, праздники, тесно связанные с бытовой жизнью народа и живущие ныне внутри современных эфирных форматов. Само построение телевещания выглядит сегодня как строго регламентированный ритуал. А игры и праздничные шоу являются самыми популярными жанрами телевидения. Надо сказать, что интерес к проблемам фольклора сегодня вообще значительно возрос. В гуманитарных науках происходит экстенсивное расширение самого понятия. Пишут об особом качестве фольклорности, присущем самым разным явлениям и предметам. Фольклор изучается уже не как совокупность объектов, но как процесс, как особый тип социокультурной коммуникации, которая занимается воспроизведением и передачей коллективной традиции, как явление социальной жизни, как факт нашего сознания, воображения и чувства, как некий символический регулятор социальных связей и поведенческих тактик. Пронизывающие всю современную культуру фольклорные представления приобретают актуальность и семиотическую эффективность не ретроспективного, а прогностического харак-

тера. Разными своими гранями фольклор активно взаимодействует с другими элементами культуры общества. Исследователи обнаруживают фольклорные «следы» внутри спортивных состязаний, настенных граффити, в разговорах о бензине и политиках, кислотных дождях и кока-коле, в феномене игры в жмурки или в советской очереди. Мы утверждаем, что в этом ряду находится и привычка смотреть телевизор, да и само телевидение, так тяготеющее к эстетическим и бытовым сторонам жизни одновременно, любящее творить повседневный праздник и столь притягательное для массовых аудиторий. Не случайно его называют «фольклором XX–XXI в.» Еще М. Маклюэн заметил, что эстетика домашнего экрана близка эстетике народного искусства. Наши современные отечественные исследователи Н. Зоркая, В. Боров, А. Коваленко, В. Михалкович, Б. Сапунов, К. Богданов также усматривают связь телевизионного изображения с фольклорным и мифологическим видением мира. По мнению В. Михалковича, «рассмотрение ТВ “на фоне” прежних культур таит немалые возможности для его теории»¹⁵.

Однако успех телевидения у массовой аудитории получает, к сожалению не совсем адекватное толкование в обществе. Публику обвиняют в дурном вкусе, а те или иные телевизионные формы либо ругают, либо отвергают. Эксперты возмущаются высоким рейтингом таких примитивных, с их точки зрения, форматов, как слезливые, мелодраматические или замешанные на преступлениях серийные драмы, на Западе именуемые «мыльными операми», как всевозможные смеховые представления, телеигры, криминальные программы, ток-шоу и реалити-шоу с участием публики. Что же влечет людей к домашнему экрану? Почему им так хочется «жить в телевизоре»? Отчего своему реальному существованию они предпочитают это, виртуальное, которое, тем более, их самих порой вполне справедливо возмущает? Значит, телевидение со всем его «содержимым» представляет собой что-то такое, без чего они просто не могут существовать? Оказывается для многих людей сегодня жить – значит, быть погруженным в электронные СМИ. Неважно, по эту или по ту сторону экрана. Сегодня и праздника нет без телевизора. А в празднике, как мы понимаем, нуждаются все. Первая причина тотального успеха телевидения у публики заключается в том, что здесь происходит совершенно определенная подмена реального существования человека телевизионным и компенсация недостающих событий и эмоций. Телевидение создает особую форму жизни, погружаясь в которую люди отвлекаются от своей собственной.

Важнейшими же компонентами этой особой формы жизни оказываются именно фольклорные и мифологические константы, удивительным образом перекликающиеся с природными свойствами телевидения. Они-то и обеспечивают успех телевидения у публики. Наличие их – вторая причина этого успеха. Так, фольклору присущ устный характер коммуникации, чему отвечает устный характер телевизионного общения. Зре-

лищность фольклора резонирует с яркой телевизионной «картинкой» и прямым, «живым» эфиром, открытой эмоцией на телевидении.

Общераспространенность фольклора схожа с вездесущностью телевидения. Следование образцам, стереотипам, серийность, повторяемость традиции в фольклоре близки постоянству телеформатов и вообще программному характеру телевидения. Такие факторы серийности, как длительность повествования, прерывистость, особая взаимоидентичная организация частей серий, сквозные, постоянные персонажи, открытые исследователями в телесериалах, носят во многом фольклорный характер. Наконец, функциональность фольклорных форм культуры, их связь с трудовыми процессами «стыкуется» с утилитарностью телевидения и его обращенностью к повседневности. Важно при этом подчеркнуть, что влияние фольклора на телезрителя выражается не в специальных телепрограммах с участием ансамбля «Русская песня» Надежды Бабкиной или в передаче «Играй, гармонь!», а во всем происходящем в телеэфире вместе взятом, начиная от политических новостей до массовых спортивных зрелищ глобального масштаба. Таким образом, фольклор разлит на телеэкране повсюду и выражен в конкретных архетипах и первочувствах. Телевидению свойственны «сказочность слушания» и «балаганность смотрения». И, как не удивительно, к этим константам тяготеют все люди независимо от уровня образования, возраста, пола и профессии. В самых популярных телепрограммах в тех или иных вариациях воспроизводятся давно известные фольклорные сюжеты, действуют «механизмы внутренней серийности». Н. Зоркая справедливо писала: «Массовая, серийная продукция играет роль некой почвы, спрессованного “культурного слоя” вековых традиционных образов, сюжетов, “блоков” и “тропов” фольклорных жанров, иные из которых имеют древнее и древнейшее происхождение»¹⁶. Эти сюжеты ложатся в основу и самых изысканных форматов, ибо низовая массовая культура всегда питает, в том числе, и элитарную. «Драма родилась на площади... Смех, жалость и ужас суть три струны нашего воображения, потрясаемые драматическим волшебством»¹⁷, — размышлял о природе драматического воздействия на человека наш национальный гений А. С. Пушкин. Пушкин думал о трех «первочувствах», свойственных каждому человеку. Как видим, они зеркально соответствуют трем указанным «первожанрам». Они же составляют фундамент и самых популярных телеформатов: мелодраматических домашних телесериалов, криминальных передач и фильмов, а также всего спектра юмористических шоу-программ. Значит, в их основе действительно лежат устойчивые константы народного вкуса и архетипы фольклорного восприятия.

В телепередачах разных форматов — «народных» телеиграх, современных новостийных шоу, серийных драмах — отражается память о живых корнях культуры и осуществляется диалог с «низовым» сознанием. При этом внешняя нелепость сюжетных ходов в «мыльных операх» на самом

деле строится на вполне традиционной логике, которую можно назвать логикой мифа и фольклорной логикой. Эта логика всегда питала, к примеру, столь популярное у нас индийское кино. Сходство с современными телесериалами здесь очевидно. Сюжет таких произведений строится на самых невероятных случайностях и в принципе остается понятен аудитории на эмоциональном уровне. На экране действует иерархия положительных и отрицательных героев с количественным перевесом в сторону первых. Контраст белого и черного, смешного и серьезного достигает порой космических размеров. На фоне депрессивно-криминальных опусов это в основном сюжеты, дарующие зрителю избавление от тягот и суety жизни. Интересно, что массовый зритель не только вполне замечает бутафорию изображаемого, но даже требует таковой. «Мыльные оперы», как прежде индийские фильмы, предлагают нашему отечественному зрителю имитацию настоящего, а, по сути, такую модель мира, которая помогает ему хотя бы на короткое время избавиться от изолированности его собственного повседневного существования, выводя на уровень общечеловеческого бытия. Герои лишены рефлексий и необычайно говорливы, они редко остаются одни. Место, на котором разворачивается действие, напоминает балаган, наполненный масками. Все это связано с родовой верой в существование той полноты бытия, которой человеку, как правило, так и не удается достичь в жизни. Свои собственные привычные заботы для зрителя — ничто по сравнению со страданиями и испытаниями, выпадающими на долю экранных персонажей, которые непременно должны уцелеть. Ведь в этих экранных испытаниях есть своя разумность в отличие от спонтанности и непредсказуемости реальной жизни. С одной стороны, эти испытания возвышают участника «телеобряд», с другой, непременно вознаграждаются по справедливости. В финале всегда происходит восстановление утраченной на время гармонии мира. Как видим, успех подобной продукции, выступающей в роли «учебника жизни», обусловлен именно связью с фольклорными формами мышления.

Фольклор выступает сильным интегрирующим началом, являя собой ментальную сферу культуры. Чем «первозданнее» фольклорное происхождение телепередачи, тем больше у нее шансов на успех. Чем ближе она к нашему менталитету, тем сильнее действует на аудиторию. «Жизнь на миру» в России всегда традиционно была совсем иной, нежели этого требуют те или иные западные шоу. У нас традиционно в чести — совестливость, доброта, чувствительность, отзывчивость, жалостливость, сердечность, открытость, бескорыстие, предпочтение духовных благ земным, материальным, а вовсе не стремление урвать. Вот почему одни западные телеформаты у нас так и не прижились («Слабое звено», «Последний герой — «Survivor»), другие резко трансформировались под влиянием российского менталитета («Поле чудес» — «Fortune Wheel»). Возникли и собственные, отечественные форматы народных программ («Жди меня», «Времечко», «Сегодняч-

ко»). В самых популярных из них действуют та же традиционная логика или стихия игры. В их основе лежат корневые мотивы: нахождение потерянных родственников («Жди меня»), проверка силы коллективного начала и надежда на удачу («Что? Где? Когда?»), традиции соборности, русского гостеприимства, хороводного ряжения и шутейной борьбы («Поле чудес»), истории об измене, неразделенной любви, о преступлениях и болезнях («Человек в маске», «Моя семья», «Большая стирка», «Пусть говорят»), ожидание чуда (реалити-шоу «Квартирный вопрос», «Фазенда», «Снимите это немедленно»).

Итак, родство телевизионной и фольклорно-мифологической культур, синкретичных по своей природе, представляется нам достаточно близким. Кардинальная взаимосвязь телевизионных предпочтений и сопутствующих им инструментов информационной «фольклоризации» просматривается весьма явственно. Телевидение, конечно, нельзя отождествить с фольклором. Но и не замечать фольклорно-мифологических основ, многое проясняющих в его природе, также невозможно. К сожалению, тиражируемая, копированная, распространяемая по каналам телевизионной массовой коммуникации культура все еще вызывает недоверие у критики. Однако именно в тесных связях телевидения с мифологией и фольклором, в присутствии фольклорных констант и усматриваем мы причины массового успеха телевидения у публики.

¹ Казан М. С. Морфология искусства. Л., 1972. С. 175.

² Пропп В. Структурное и историческое изучение волшебной сказки (Ответ К. Леви-Строссу) // Семиотика: Антология. М., 2001. С. 469.

³ Мелетинский Е. Происхождение героического эпоса. Ранние формы и архаические памятники. М., 1963. С. 22.

⁴ Афанасьев А. Поэтические воззрения славян на природу: В 3 т. М., 1865. Т. 1. С. 11

⁵ Там же. С. 412.

⁶ Казан М. Морфология искусства. С. 194.

⁷ Гусев В. Эстетика фольклора. Л., 1967. С. 78–79.

⁸ Лозовский Б. Лекарство от манипуляций? — Профессиональные стандарты! // Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры. Екатеринбург, 2005. С. 139.

⁹ См.: Мелетинский Е. Поэтика мифа. М., 1976.

¹⁰ См.: Мясникова М., Гордеева А. Куклы-шоу как феномен современного телевидения // ФАКС. 2001. № 1–2 (19–20). С. 94–97.

¹¹ Михалкович В. О сущности телевидения. М., 1998. С. 17.

¹² Там же. С. 18.

¹³ Казан М. Морфология искусства. С. 384.

¹⁴ Проzorov В. Власть и свобода журналистики. М., 2005. С. 168.

¹⁵ См.: Михалкович В. О сущности телевидения.

¹⁶ Зоркая Н. Уникальное и тиражируемое. Средства массовой информации и репродуцированное искусство. М., 1981. С. 137.

¹⁷ Пушкин А. С. Собр. соч.: В 10 т. М.; Л., 1951. Т. 7. С. 213.

Статья поступила в редакцию 07.09.2007 г.